

OPTIMISER SA STRATÉGIE DE VENTE EN LIBRE-SERVICE

Leviers, outils, techniques

1 JOUR, 7 HEURES

RH / MANAGEMENT / HSE

CODE : MRH006

Objectifs de la formation

- Obtenir des clés de lecture quant aux nouveaux standards du merchandising pour les marques de construction
- Comprendre les attentes et les usages des clients
- Disposer de bonnes pratiques pour renforcer l'attractivité et la visibilité de ses produits en magasin
- Acquérir une méthodologie pour savoir vendre en libre-service

Animée par

- BOUMARD Pierre
Fondateur d'agence,
BRANDS AT WORK

Public concernés

- Directeur commercial, communication, marketing ; Chef d'entreprise

Dates

Critères d'admission

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Modalités pédagogiques

Retrouvez les modalités pédagogiques et techniques, les moyens d'encadrement et d'accompagnement [ICI](#)

Libre-service : travailler avec les distributeurs et vendre à un nouveau type de clientèle

- Comprendre le rôle du distributeur : les nouvelles forces, les différentes fonctions en présence chez le distributeur
- Évaluer les particularités de la distribution destinée aux professionnels
- Quelles sont les attentes du distributeur
- Faire le point sur les nouveaux profils des clients finaux
- Quelles sont les attentes de cette nouvelle clientèle : leurs usages, leurs attitudes d'achat
- Comprendre pourquoi les clients se tournent plus facilement vers le libre-service

- Un questionnaire préalable sera envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques, et sera transmis au(x) formateur(s) avant la formation
- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants
- Les formations sont déroulées en présentiel ou en classe virtuelle et étayées, chaque fois que cela est pertinent, d'études de cas et de mise en pratique ou en situation
- Un formulaire d'évaluation du formateur et du déroulé du programme suivi sera proposé aux participants à la fin du stage

Tarifs

- Tarif général _____ 995,00 €HT

Maîtriser les outils merchandising pour savoir optimiser la visibilité de vos produits en libre-service : focus sur le packaging et l'implantation en linéaire

- Introduction aux règles de bases du merchandising
- Packaging : les objectifs, les grandes fonctions, le rôle de la marque
- Repenser son packaging dans une optique de différenciation d'avec la concurrence : moderniser et rendre attractif
- Penser à l'organisation en linéaire : planogrammes, sens de circulation, visibilité, intégration
- Pédagogie en linéaire : savoir expliquer aux consommateurs, quel langage utiliser, assurer la visibilité
- Quels ponts établir avec les autres canaux de vente, notamment les canaux digitaux

Développer une stratégie promotionnelle efficace en point de vente

- Faire le point sur les techniques de fidélisation : comment créer la préférence à une marque
- Connaître l'ensemble des actions promotionnelles envisageables
- Choisir les actions de promotion en fonction des parcours clients
- Mobiliser les équipes de vente du distributeur : relayer efficacement les messages, motiver

Étude cas avec des exemples de marques du bâtiment

